我国数字出版国际化的困境和对策

王丰年
（《清华大学学报》编辑部，北京 100084）

摘要：【目的】我国数字出版领域存在核心技术、规模效应、行业标准的欠缺，造成技术依赖、成本过高、发展模式不成熟、相关标准缺乏一致性等问题，致使我国数字出版在文献数据库、数字期刊、电子书、数字报纸等领域和欧美有很大差距；同时，越来越多的国外数字出版机构和出版物进入我国，进一步凸显了我国数字出版行业的已有问题。【方法】文章采用理论与实证相结合的研究方法。【结果】提出我国数字出版应立足自身国情和独特优势，积极学习国际数字出版的先进经验，在提升数字出版技术、优化数字出版内容、健全行业标准、拓展数字出版国际贸易等方面苦练“内功”，打造多元、立体的数字出版国际化格局。【结论】数字出版国际化程度的提高将增强中国文化国际影响力，以文明互鉴推动人类文明进步，完成从文化大国向文化强国的转变。

关键词：数字出版；数字出版国际化；数字出版国际市场　**中图分类号：**G230　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2023）06-116-05　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.06.025
本文著录格式：王丰年．我国数字出版国际化的困境和对策 [J]. 中国传媒科技，2023（06）：116-120.

印刷术是中国古代劳动人民智慧的结晶，也是中国四大发明之一，为世界出版业的发展作出了巨大贡献。20 世纪的百年间，我国出版完成了从传统技术向现代技术——数字出版的转型；但是，我国数字出版起步较晚，文献数据库、数字期刊、电子书、数字报纸在数字出版技术、传播速度上和欧美有很大差距；同时，越来越多的国外数字出版机构和出版物进入我国，进一步凸显了我国数字出版行业已有的问题。因此，需要研究我国数字出版国际化的困境，以推进其国际化进程。

1. 我国数字出版国际化的困境

20 世纪 90 年代中期，随着信息网络技术的发展，我国一些数据库，如中国知网、维普数据库、万方数据库，以及众多网络文学网站在海外建立了相应的数字出版平台，经历 20 多年的发展，我国数字出版国际化取得了很大的进步，尤其“党的十八大以来，我们大力推动国际传播守正创新，理顺内宣外宣体制，打造具有国际影响力的媒体集群，积极推动中华文化走出去 ......”[1] 但毋庸讳言，由于我国数字出版的核心技术不足、数字出版内容重复、国内数字出版标准不统一等，尤其部分网络文学网站与国际标准的接轨差距更大，这些因素都影响着我国数字出版国际化的进一步发展。

1.1 数字出版的核心技术不足

出版物数字化、多功能显示、数据传输、数字存储、流媒体、物联网等新兴数字技术主导着当前国际数字出版行业。可变数字印刷、个性化数字印刷更是在国际商业快印、机关文印领域，以及金融、保险、出版印刷、包装印刷等领域广泛应用；但是，我国数字出版的现有核心技术储备欠缺，出版流程、出版物、显示技术、印刷技术等数字化程度不高，数字存储、数据传输、数字印刷等核心技术研发不足，缺乏数据处理、图像处理等核心技术，尤其有待于将数字印刷技术和网络技术结合起来。

1.2 数字出版的规模效应未能凸显

当前我国数字出版基地存在着从国家到各省市遍地开花的现象，出现了福建海峡国家数字出版产业基地、山东青岛国家数字出版基地等；但是，各基地之间的关联度不高，产业分散，基地间配合程度低，产业链结构薄弱，并且单独的产业基地很难在短时间达到适度的经济规模，因此，难以发挥产业规模协同效应，没有形成国际化的优势。

1.3 数字出版内容雷同冗杂

虽然中国知网、万方数据库、龙源期刊网、维普数据库都收录期刊学术论文、会议论文，截至 2023 年 6 月 1 日，中国知网的中国期刊全文数据库收录了国

基金项目：清华大学亚洲研究中心 2018 年度 A 类重点项目“论传统出版和数字出版的融合”研究成果之一。

内期刊 8 500 多种，万方数据知识服务平台收录中文期刊近 8 000 余种，维普资讯的期刊资源整合服务平台收录中文期刊 12 000 余种；但是，不同数据库“各自为阵”的局面导致价格恶性竞争、市场混乱、行业失衡、定位模糊、内容重复、检索程序雷同，造成国内外用户在选择上的无所适从。

1.4 数字出版的行业标准缺失滞后

当前国际互联网领域中，出版行业中文标准严重缺失，4 000 多项国际出版标准中只有 3 项由中国制定。“标准的滞后已成为制约我国数字出版发展进程的重要因素之一。”[2] 数字出版技术的编码、文献格式等都需要标准，而我国的数字出版平台间技术壁垒森严，甚至彼此存在冲突，标准杂乱，不仅缺少统一的国内行业标准，更难以跟国际数字出版标准接轨。各大数字出版平台有各自封闭的格式和标准，中国知网的 CAJ、中文在线的 OEB、上海通力公司的 BOK 和 ABM 格式、万方数据库的 PDF、超星发现的 PDG、书生的 SEP、北大方正阿帕比的 CEB 和 XEB 格式、维普数据库的 VIP 格式、国家图书馆的 NLC 格式，以及华康公司的 WDL 格式等，导致用户必须使用不同的阅读器，造成了国内与国际用户浏览、下载的不便。2018 年的杭州国际信息标准会议上，我国只有华为参与了新媒体的标准制定。整体来看，数字出版标准的缺失与滞后制约着我国数字出版的国际化程度。

1.5 翻译水平参差不齐

中西语言间屏障也是制约我国数字出版国际化的一大原因。由于翻译水平的参差不齐，有些网络文学作品在译成外文后不适合西方人阅读习惯，有的不仅失去了原有的文学美感，甚至与原文本意相去甚远。“海外读者在阅读中国网文的过程中，遇到的主要问题集中在网络文学的翻译情况和更新情况上，超过六成的用户对网络小说的翻译质量感到不满，由于翻译质量不高导致的阅读不流畅也成了海外用户的最大痛点。翻译团队良莠不齐，翻译的难度与成本较高，周期长、反馈慢，且对中国特色专有名词目前没有统一规范。”[3] 虽然网络文学中的玄幻、仙侠小说中的升级打怪、降妖除魔、数不尽的天才异宝等很受外国读者欢迎；但是，仙侠文学中的“万宝殿”却被直接翻译成 Palace of Ten Thousand Treasures，后来武侠世界创始人赖静平将其纠正为 Palace Opulentia，后者来源于拉丁文，将中文小说中的意境用英语保留下来。[4] 由此可见，我国数字出版的翻译水平还需要进一步加强。

毋庸置疑，每个民族、国家都有各自的独特文化传统，文化差异直接影响着读者的阅读取向，也影响着读者的选择倾向。世界各国的文化差异构成了文化的多样性，不同的价值观、风俗习惯、思维方式展现了各国的文化特色，也形成了各国人民对出版物选择的多样性。

1.6 缺乏数字出版人才

当代数字出版的发展，不仅需要掌握选题策划、编辑校对、市场营销等传统出版的基本流程，还需熟悉计算机与网络应用，了解数字化出版模式，熟练掌握数字化出版技术，并将新兴数字技术与传统出版各项流程有机融合；然而，我国当前一方面存在着传统出版从业人员向数字出版从业人员转岗的问题，“企业内部员工转岗，即传统出版编辑转型，是当前数字出版人才来源的主要方式，有 62.99% 的机构选择该类方式。”[5] 这些传统出版转岗人员需要通过较为系统的学习培训提升数字出版技能，这对年龄偏大的传统出版从业人员构成了巨大的挑战。另一方面，已有的数字出版从业人员对移动 App、社交媒体、网络营销、大数据、互联网和媒介融合意识等理论知识和新兴技术掌握不足。上述两个问题造成我国在数字出版领域人才严重缺乏，特别是既懂编辑、校对、策划，又擅长数字出版图文、音频、动画、计算机与网络技术、出版与编辑技术、多媒体设计的人才。有的学校数字出版教学知识体系老化，可操作性远落后于理论性。

2. 我国数字出版国际化的原则

2.1 政治性原则

数字出版作为文化传播的重要领域，特别是与人文社会科学相关的领域，具有意识形态色彩。“看准能不能干、该不该做，在风浪考验中立得住脚，在诱惑‘围猎’面前定得住神，始终做政治上的明白人。”[6] 一方面，数字出版的国际化需要考虑不同国家的意识形态和文化特性，因此，我国的数字出版国际化需要研究不同国家的社会因素，从选题、策划、制作、出版、营销等环节规避风险，避免不必要的文化和政治冲突；另一方面，必须坚持坚定的政治立场，尤其涉及国家和民族核心利益、国家重大发展战略的学术成果，对外数字出版必须严格把关，在引进介绍国外的数字出版时，要严格审查涉及西方文化殖民政策的相关内容，抵制以所谓“人权、民主”干预我国发展战略的国外出版物。

2.2 科学性原则

数字出版的国际化不仅要在审稿、选题内容上有

严格的学术把控，而且要注意阅读加载技术、数字化处理上的准确无误，避免录入失真、数据遗漏等问题。“要注重把握好基调，既开放自信也谦逊谦和，努力塑造可信、可爱、可敬的中国形象。”[7]

2.3 特色化原则

多样化的世界需要特色化。数字出版国际化既要充分尊重各个国家、民族的文化传统，也要充分保持自身文化特色，彰显文化自信，打造中国特色数字出版。许多世界名著如莎士比亚、泰戈尔等作品在我国畅销靠得就是文化特色；在全球兴起“中国热”的重要的原因是西方学者对中国特色的传统文化感兴趣，这不仅是全球数字出版多样化发展的基石，而且也是我国数字出版国际化的商机。

2.4 实用性原则

无论是从国际学术交流层面，还是从各国风土人情的介绍层面，数字出版的国际化都要有实用性；否则，很难进入国际市场。我国的饮食文化、丝绸艺术、武术传统在很多国家受到欢迎，为我国的数字出版国际化提供了很好的机会。借此机缘，介绍中国饮食、体育、 医疗文化的“中国名画名家赏析”丛书英文版权于 2014 年成功地输出到了北美地区；此外，中国古典名著连环画《西游记》也输出到了法国 FEI 出版社。[8]

3. 我国数字出版国际化的对策

数字出版国际化对我国经济发展，由文化大国转化为文化强国具有重要价值。截止 2023 年 2 月，“中国网络文学共向海外传播作品 1 万余部。2021 年网络文学海外市场规模突破 30 亿元，海外读者达到 1.45 亿人。覆盖范围从欧美、日韩等地区向拉美等新兴市场拓展。”[9]要进一步提升我国数字出版的国际化水平，就需要立足自身国情和独特优势，积极学习国际数字出版的先进经验，在提升数字出版技术、优化数字出版内容、健全行业标准、拓展数字出版国际贸易等方面苦练“内功”，打造多元、立体的数字出版国际化格局。

3.1 完善数字出版的顶层设计

3.1.1 健全数字出版政策体系

一些西方国家设立了专门的机构负责出版业的对外发展，法国、英国已形成了完善的管理机构。英国政府特设了颁发给出版社和图书贸易机构的“女王奖”，鼓励出版业国际化。我国在这方面也正在加速部署，“各级党委和政府要从政策、资金、人才等方面加大对媒体融合发展的支持力度。各级宣传管理部门要改革创新管理机制，配套落实政策措施，推动媒体融合朝着正确方向发展。”[10]政府主管部门应该鼓励更多数字出版企业开拓国际市场，放宽数字出版国际化业务、产品和企业的审批，给予税收优惠和业务补助，拨款设立专项基金，出资鼓励对外交流。

3.1.2 拓展数字出版国际市场

虽然荷兰的官方语言是荷兰语，但爱思唯尔率先出版英文专著、英文科技学术期刊，积极开拓海外市场，融入数字出版的国际化。我国数字出版的国际化正在跨越语言障碍，哈佛大学费正清中国研究中心、北京大学中国古代史研究中心、中文在线数字出版集团股份有限公司 2018 年共同签署了 CBDB（中国历代人物传记资料库）项目合作协议，将中文电子书放在亚马逊、苹果商店、京东商城等电子商务平台，全球汉语读者付费下载后，就可以直接在终端阅读。

3.1.3 打造数字出版的国际标准

数字出版标准应该反映数字技术的发展，数字出版标准体系的调整、修正也是动态的。数字出版标准的制定需要国家新闻出版机构、工业和信息化部等各个部门之间的协调完成，“政府主管部门应该对数字出版的整个链条进行梳理，推动解决作者授权、授权通道、数字出版技术标准、数字出版资源的重复建设和浪费、国家统一数字资源平台的建设、商业模式、结算方式、第三方监督机制等问题”。[11]一方面，我国数字出版标准化应该和国际标准接轨；另一方面，积极将我国国家标准转化为国际标准。我国数字出版方面起步较早的传统出版单位，如高等教育出版社、中国大百科全书出版社、上海世纪出版（集团）有限公司正在投入数字出版标准研制过程中。2010 年，上海世纪出版（集团）有限公司的辞海悦读器采用了和国际接轨的 EPUB 格式，体现了我国数字出版的标准正逐步与国际化接轨。《中国标准关联标识符（ISLI）》是使用重新起草法修改采用《ISO 17316：2015 信息与文献——国际标准关联标识符（ISLI）》的国家标准，也是由我国主导制定的第一项信息文献标识符标准领域的国际标准，由国际标准化组织（ISO）于 2015 年 5 月 15 日正式发布，同时批准总部设在中国香港的国际信息内容产业协会（ICIA）为 ISLI 国际标准注册机构，标志着我国在应用关联标识符、构建数字复合出版应用中走在了数字出版前列。

3.1.4 强化数字出版的人才培养

人才是每一个行业的发展基础，高校是数字出版专门化的培养源头，因此，选择重点院校培养专门人才，选派一些外语基础好、出版业务素质强的人员赴

国外考察、进修，是培养国际化高端人才的有效途径。2008 年，北京印刷学院设立了“传播学（数字出版传播）”专业，成为我国首次将数字出版作为名称的专业。2009 年 6 月，时代出版传媒股份有限公司设立了博士后科研工作站，先后与复旦大学、武汉大学、中国传媒大学、中国科学技术大学签订了博士后培养协议。

3.2 提升数字出版技术创新的核心能力

3.2.1 加强数字出版核心技术研发创新

目前，我国数字出版跨平台阅读技术、结构化版式技术、MPR（复合数字出版）技术、数字版权保护技术、内容结构加工技术、云出版服务技术等数字出版关键技术均取得突破性进展，直接输出海外。清华大学出版社“文泉学堂”通过自身技术部门和子公司实施整合的平台设计和开发工作，自 2020 年 11 月底以来，已经历了 5 次版本更新。“中文在线”2000 年创立于清华大学，是国内首家上市的数字出版企业。作为国家新闻出版业重大科技工程“数字版权保护技术研发工程”的承接方之一，“中文在线”在数字出版的版权保护、电子阅读器应用，以及网络追踪维权等方面均取得了一系列成果和突破。创新永远在路上，面对数字出版未来国际化发展道路上未知的挑战，还需进一步加强相关核心技术的创新。

3.2.2 完善数字出版评价体系

包括数字出版在内的我国科研评价体系受制于国外 SCI 等数据库的评价。很多高水平论文投到国外期刊之后，在论文发表上受到国际版权的制约，作者需要付费再买回自己的科研成果。2017 年，中国科学技术协会等五部门再次联合发文提出淡化 SCI 等数据库评价、强化论文自身的学术价值的要求。因此，需要完善我国数字出版评价体系，建构一套适合我国国情、能够推动我国文化事业发展的出版评价体系。

3.2.3 借鉴发达国家数字出版的成功经验

基于我国数字出版较世界发达国家起步晚，发达国家成功经验能够帮助我国数字出版发展的过程中少走弯路。我国分别于 1992 年和 1994 年相继加入了《保护文学和艺术作品伯尔尼公约》和《与贸易有关的知识产权协定》，在共同保护版权与知识产权的同时，借鉴发达国家数字出版的先进技术，助推我国数字出版走向世界。

3.3 优化数字出版的内容

3.3.1 提高翻译质量

我国自 2004 年实施“中国对外图书推广计划”、2009 年实施“经典中国国际出版工程”和“中国文化著作翻译出版工程”、2014 年实施“丝路书香出版工程”等扶持项目以来，每年资助翻译出版中国主题的精品图书超过 1 000 种，推动了数字出版的国际化。中国知网目前正把中国英文期刊的 130 多种内容聚合起来，双语期刊库遴选、翻译了我国各学科具有代表性的优质中文期刊 128 种。这说明我国出版行业对外翻译在规模上有了很大的发展；但是，尚需进一步提高翻译质量，不仅实现做到翻译的信达雅，还需要结合西方的语言和文化习惯，提升翻译的美感。

3.3.2 提升数字出版的专业水平

2008 年 2 月 29 日，中华医学会公开招标，将旗下 115 种医学期刊的独家数字出版权转授万方数据库，共同探索我国医药数字出版专业化。我国农业、建筑、艺术等专业领域都可以建立类似中医、针灸的专业数据库，这将扩大传统纸版期刊的资源共享，提升数字出版的专业化。

3.3.3 打造数字出版的特色品牌

特色项目，如体育类的数字出版，可以建立武术、气功等中国传统体育数据库，向海外提供服务。开阔公路综合媒体（Open Road Integrated Media）总裁简·弗里德曼将在中国生活十多年的诺贝尔文学奖获得者赛珍珠的全部作品制作成为电子书，并通过独特的“里程碑营销法”进行销售，打造数字出版的特色品牌。

3.3.4 加速数字出版的资源整合

美国的沃特·迪斯尼、时代华纳团、维亚康姆、美国在线、默多克的新闻集团，以及法国的桦榭、德国的贝塔斯曼都开始大举收购各种类型的内容资源。虽然我国目前建设有十多个国家级数字出版基地；但是，基地规模较小，彼此间缺乏联动，因此，需要整合现有资源，提升数字出版的国际影响力，搭建国际认可的、自主的数字出版平台。

3.4 拓展数字出版国际贸易

3.4.1 版权输出

我国一些出版单位已与国际出版集团结成战略联盟，以版权输出的形式向各国推介中国的数字出版。2012 年，中国知网在美国、德国、澳大利亚、日本等 30 多个国家和地区拥有 500 多家用户，包括美国国会图书馆、德国国会图书馆、哈佛大学、剑桥大学、中国香港中文大学、东京大学、日本科技部等多家世界知名用户，经营范围进一步拓展。由湖北科技出版社 2020 年 1 月出版的《新型冠状病毒肺炎预防手册》“已经面向 17 个国家和地区进行了 12 种文字版本的版权输出，包括英文版、韩文版……”[12]

3.4.2 出售产品代理权

2007 年 8 月，北京腾武网络游戏公司通过产品授权的方式，率先在中国和北美地区同步运营。为充分调动各国运营商的积极性，运营商每帮助推出一款游戏，都会按照合同得到利益分成，并且分成比例也及时调整，这种销售方式带来的收益就占腾武公司全部收入的 40% 左右。[13]

3.4.3 联合开发

国内数字出版企业与国际数字出版企业联合开发，按照地区分别独立运营。2004 年开始，我国的网龙和法国跨国游戏制作、发行和代销商育碧（UBI） 合作开发的《英雄无敌 online》，中国由网龙销售，美国等地区由 UBI 销售，实现了网龙和 UBI 的资源共享。2019 年 8 月 20 日，北京理工大学出版社与美国的泰勒—弗朗西斯出版集团在北京签署战略合作框架协议，每年共同策划、出版几十种高水平图书。

3.4.4 国际合作

数字化与全球化联手不仅让在全球范围内同步发布数字化书刊成为现实，而且读者能够以很快的速度，在互联网中跨地区获得其他国家或地区的出版物。时空的跨越提高了人际交往效率的同时，也有助于学术性强、受众范围狭窄的专业性书刊找到世界范围的读者群。2006 年，我国和德国联手发行 36 种学术期刊，同时建立网上中国科技图书馆，全球范围内销售国际定价水平的数字化产品，按照平等互利的原则，由施普林格和合作方共同分享。德国施普林格公司 1 400 多种期刊中，大约有 25% 是以合作的方式、数字出版的形式在世界各国销售的。[14] 2011 年 9 月 1 日，世界三大数字图书馆平台之一的英捷特（ingentaconnect）全球数字图书馆平台推出中文版，同时提供超过 500 万篇各类期刊文章的数字内容，涵盖 250 多家各类学术科技出版商的 16 000 多种电子期刊和出版物。[15]

数字出版国际化是我国加强国际传播、实施中国文化“走出去”战略的重要内容，“必须加强顶层设计和研究布局，构建具有鲜明中国特色的战略传播体系，着力提高国际传播影响力、中华文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力。”[16] 我国数字出版国际化程度的提高将推动“讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国”，[16] 增强中国文化国际影响力，以文明互鉴推动人类文明进步，完成从文化大国向文化强国的转变。

参考文献

[1] 习近平 . 习近平谈治国理政（第 4 卷）[M]. 北京：外文出版社，2022：316.

[2] 郝振省 . 2010—2011 年中国数字出版年度报告 [R]. 北京：中国新闻出版研究院，2011.

[3]2020 年中国网络文学出海研究报告 [R]. 上海：艾瑞市场咨询有限公司，2020（8）.

[4] 张熠 . 中国网络小说受到外国读者欢迎，翻译推广却远远滞后文本创作 网络文学“出海”需翻译和评论助推 [N]. 解放日报，2017-04-17.

[5] 段弘毅 . 我国数字出版人才现状与需求分析 [J]. 出版科学，2017（3）：19-24.

[6] 习近平 . 习近平谈治国理政（第 4 卷）[M]. 北京：外文出版社，2022：40.

[7] 习近平 . 习近平谈治国理政（第 4 卷）[M]. 北京：外文出版社，2022：317.

[8] 陈香 . 直击 2014BIBF：中国出版国际化程度提升 [N]. 中华读书报，2014-09-03.

[9] 魏玉山 . “十四五”开局之年的中国数字出版——2021-2022 年中国数字出版产业年度报告 [R]. 北京：中国新闻出版研究院，2023.

[10] 习近平 . 加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局 [J]. 求是，2019（6）：8.

[11] 孙翠亭、佟郡 . “图书数字化”能否开辟阅读新时代？[N]. 科技日报，2009-11-12.

[12] 刘娜 .《新型冠状病毒肺炎预防手册》“走出去”的融合实践场域 [J]. 出版广角，2020（23）：78.

[13]《功夫世界》正式签约进军港澳市场 [EB/OL].http://games.sina.com.cn/o/n/2007-10-12/1145217327.shtml.2007-10-12/2023-5-29.

[14] 舒晋瑜 . 内容提供商应主导数字出版产业 [N]. 中华读书报，2010-09-02.

[15] 刘彬 . 英捷特全球数字图书馆中文版发布 [N]. 光明日报，2011-9-5.

[16] 习近平 . 习近平谈治国理政 （第 4 卷）[M]. 北京：外文出版社，2022：316.

作者简介：王丰年（1964-），男，博士，河北衡水，《清华大学学报》（哲学社会科学版）编辑部，研究方向为编辑学、生态哲学。

（责任编辑：张晓婧）